



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Sifat Penelitian

Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menjabarkan penelitian ini. Pendekatan kuantitatif menurut Creswell (2014, p. 3-4) digunakan untuk menguji suatu teori objektif dengan melakukan analisis hubungan antarvariabel. Variabel-variabel tersebut dapat diukur dengan instrumen tertentu dan data-data yang didapatkan diolah sesuai dengan prosedur statistik. Kriyantono (2010, p. 55) mengemukakan bahwa peneliti harus bersikap objektif terhadap hasil atau *output* dari penelitian kuantitatif.

Menurut Kriyantono (2010, p. 56) penelitian kuantitatif bertujuan untuk menguji suatu teori dan hipotesis, apakah mendukung atau menolak sebuah teori, serta menggunakan data sebagai alat untuk membuktikan kebenaran suatu teori. Adapun ciri umum dari penelitian kuantitatif menurut Kriyantono (2010, p. 56) sebagai berikut:

- a. Hubungan antara riset dan subjek yang jauh. Realitas berada terpisah dan di luar dari diri peneliti.
- b. Riset dilakukan guna menguji teori maupun hipotesis, mendukung dan menolak teori. Penggunaan data sangat penting karena sebagai sarana konfirmasi teori. Jika pada analisis ditemukan penolakan terhadap hipotesis maupun teori, peneliti tidak langsung menolak hipotesis tersebut, melainkan mengecek dan meneliti kembali teknik *sampling* serta konsep dari teori yang digunakan.

- c. Prosedur riset rasional – empiris, di mana peneliti melakukan penelitian berdasarkan pada konsep atau teori yang sesuai, dibuktikan dengan data yang dikumpulkan dari lapangan.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini berlandaskan pada gagasan positivistik. Paradigma sendiri merupakan perspektif riset yang digunakan peneliti dalam memandang realita, mempelajari fenomena, dan menginterpretasikan temuan dalam penelitian (Chariri, 2009, p. 4). Adapun paradigma positivistik adalah pendekatan yang menekankan pada kombinasi antara angka dan logika deduktif serta penggunaan alat-alat kuantitatif guna menginterpretasikan suatu fenomena secara objektif. Dalam paradigma positivistik penelitian harus menggunakan metode yang dapat mencari jawaban dan mengembangkan teori (Chariri, 2009, p. 5).

Sementara itu, jenis dari penelitian ini adalah penelitian eksplanatif. Penelitian dengan sifat eksplanatif umumnya digunakan untuk menghubungkan atau mencari sebab akibat dari dua atau lebih variabel (Kriyantono, 2010, p. 69). Peneliti hendak mengetahui apakah *nation branding* “Pesona Indonesia” berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan nusantara. Nantinya hasil dari penelitian ini akan menghasilkan data yang objektif karena didapat melalui penyebaran kuesioner kepada subjek penelitian.

3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian kuantitatif ini adalah metode survei. Menurut Fowler survei adalah sebuah metode riset yang memberikan deskripsi kuantitatif mengenai suatu kecenderungan, perilaku, atau opini suatu populasi

dengan mempelajari sampel dari populasi tersebut (dalam Creswell, 2014, p. 21-22). Hal serupa pun dikemukakan oleh Syaodih (dalam Hamdi & Bahruddin, 2014, p. 6) bahwa survei digunakan untuk mengumpulkan informasi berbentuk opini dari sejumlah besar orang terhadap topik atau isu-isu tertentu. Ada tiga karakteristik utama dari metode survei, yakni: 1) informasi dikumpulkan dari sekelompok besar orang untuk mendeskripsikan beberapa aspek atau karakteristik tertentu seperti kemampuan, sikap, kepercayaan, pengetahuan dari populasi; 2) informasi dikumpulkan melalui pengajuan pertanyaan; dan 3) informasi diperoleh dari sampel (Hamdi & Bahruddin, 2014, p. 6).

Instrumen yang digunakan dalam menerapkan survei adalah kuesioner sebagai pengumpulan data dari para responden yang dianggap mewakili populasi tertentu (Kriyantono, 2010, p. 59). Prinsip yang diterapkan dalam metode ini adalah prinsip objektivitas di mana peneliti terpisah dari yang diteliti. Metode ini lebih terpusat pada pengukuran untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel X terhadap variabel Y. Jadi, dalam penelitian ini, metode penelitian kuantitatif digunakan untuk mengukur ada atau tidaknya dan seberapa besar pengaruh *nation branding* “Pesona Indonesia” terhadap minat berkunjung wisatawan nusantara.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2009, p. 61) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan seorang peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

kesimpulannya. Sementara Bungin (2013, p. 101) berpendapat bahwa populasi adalah sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian dan dapat berupa manusia, hewan, tumbuhan, gejala, nilai, peristiwa, dan lain-lain. Bungin menuliskan bahwa populasi terbagi atas dua, yaitu: 1) populasi terbatas, yang mana populasi dapat dihitung dan memiliki sumber data yang jelas; 2) populasi tak terhingga, yang mana populasi tidak dapat dihitung jumlahnya secara pasti karena tidak ada sumber data yang menentukan batasan-batasan secara kuantitatif.

Pada penelitian ini populasi yang diambil adalah pengikut akun Instagram @pesonaid_travel yang berjumlah 46,270 orang (per 21 April 2018). Alasan dipilihnya pengikut akun Instagram @pesonaid_travel sebagai populasi mengingat *nation branding* “Pesona Indonesia” menasar target wisatawan nusantara. Hal ini dibuktikan dengan perolehan data dari Deep Social bahwa 96.41% pengikut @pesonaid_travel berbasis di Indonesia. Alasan lainnya adalah wilayah sebaran para pengikut yang luas, sehingga lebih mewakili “nusantara.”

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi untuk diamati. Pengambilan sampel harus mewakili populasi karena kesimpulan yang akan ditarik dapat berlaku pula bagi populasi (Sugiyono, 2009, p. 62). Sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin dengan *error of significance* sebesar 0.05. Adapun perhitungan jumlah sampel yang harus diambil adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N.e^2}$$

$$\frac{46,270}{1+46,270 (0,05)^2} = 396.571 \rightarrow 397$$

Angka 397 tersebut merupakan jumlah minimal responden yang harus peneliti ambil sebagai sampel. Untuk memudahkan, peneliti membulatkan jumlahnya menjadi empat ratus. Akan tetapi, tidak tertutup kemungkinan bahwa pada saat penyebaran kuesioner jumlah sampel bisa melampaui empat ratus.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling*, yaitu dengan *simple random sampling*. Teknik *simple random sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memerhatikan strata dalam populasi tersebut (Sugiyono, 2009, p. 64). Dalam teknik ini setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi responden. Penerapan teknik *random sampling* dalam suatu penelitian bertujuan meminimalisasi bias yang mungkin terjadi pada saat melakukan survei (Dattalo, 2010, p. 22).

3.4 Operasionalisasi Variabel

Variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apapun yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan diperoleh informasi. Hatch dan Farhady (dalam Sugiyono, 2009, p. 3) mendefinisikan variabel sebagai atribut seseorang atau objek yang memiliki variasi antara satu objek dengan yang lainnya. Ada beberapa macam variabel dalam suatu penelitian yang dibedakan menjadi variabel independen, variabel dependen, variabel moderator, variabel *intervening*, dan variabel kontrol (Sugiyono, 2009, p. 4).

Adapun dalam penelitian ini menggunakan variabel independen dan variabel dependen. Menurut Sugiyono (2009, p. 4) variabel independen merupakan variabel yang memengaruhi atau menjadi sebab perubahan, sementara variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *nation branding* dan variabel dependennya adalah minat berkunjung.

Kedua variabel dalam penelitian ini (*nation branding* dan minat berkunjung) kemudian dibuat secara lebih spesifik dengan memetakan dimensi dan indikator dari masing-masing variabel. Pemetaan dimensi dan indikator tersebut dapat dilihat pada tabel 3.1 dan 3.2 operasionalisasi variabel berikut:

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel X (*Nation Branding*)

Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
<i>X₁: Tourism</i>	1. Persepsi publik mengenai wisata dalam negeri	1. Saya lebih memilih wisata yang ada di Indonesia meskipun mampu membiayai wisata ke luar negeri	Likert (4)
		2. Saya menganggap wisata dalam negeri lebih menarik dari wisata luar negeri	
	2. Atraksi (<i>natural and man-made</i>)	3. Saya tertarik dengan keindahan alam Indonesia	
		4. Saya tertarik dengan bangunan / monumen Indonesia	
	3. Daya tarik kota	5. Kota-kota di Indonesia memiliki keunikan dan daya tariknya masing-masing	
		6. Kota-kota di Indonesia sudah memiliki fasilitas yang mendukung pariwisata	

	4. Transportasi	7. Transportasi untuk menjangkau daerah wisata sudah memadai
		8. Saya mudah mencari informasi mengenai transportasi untuk menjangkau daerah wisata
	5. Akomodasi	9. Akomodasi yang tersedia di daerah wisata sudah memadai
		10. Saya mudah mencari informasi mengenai akomodasi di daerah wisata
<i>X₂: Export Brands</i>	1. Persepsi publik mengenai citra produk lokal	11. Produk lokal dari Indonesia (contoh: cinderamata, produk <i>fashion</i>) menarik perhatian
		12. Produk lokal dari Indonesia kreatif
	2. Permintaan terhadap produk lokal	13. Saya menyukai produk lokal Indonesia
		14. Saya tertarik untuk membeli produk lokal Indonesia
<i>X₃: Governance</i>	1. Persepsi publik terhadap keamanan	15. Peraturan pemerintah sudah menjamin keamanan bersama
		16. Tingkat keamanan di suatu daerah sudah baik
	2. Persepsi publik terhadap keseriusan pemerintah dalam mengatasi masalah	17. Kinerja pemerintah dalam mengatasi masalah di masyarakat (contoh: kriminalitas, kemiskinan) sudah baik
		18. Saya menilai bahwa pemerintah serius dalam mengatasi berbagai masalah di masyarakat
<i>X₄: Investment and Immigrations</i>	1. Stabilitas ekonomi	19. Infrastruktur fisik (akses jalan, kereta api, bandara, kanal, telekomunikasi, dll.) di daerah-daerah sudah memadai
		20. UMKM di daerah-daerah berkembang pesat
	2. Kualitas hidup	21. Infrastruktur sosial (rumah sakit, puskesmas,

	yang layak	posyandu, sekolah, dll.) di daerah-daerah di Indonesia sudah memadai	
		22. Indonesia merupakan tempat yang baik untuk menempuh pendidikan	
<i>X₅: Culture and Heritage</i>	1. Warisan budaya	23. Indonesia kaya akan warisan budaya (kuliner, bahasa, tradisi, kesenian, dll.)	
		24. Saya menyukai keragaman budaya yang ada di Indonesia	
	2. Karya seni dan olahraga	25. Saya bangga dengan karya seni buatan Indonesia (film, lukisan, musik, dll.)	
		26. Tim olahraga Indonesia memiliki prestasi yang gemilang	
<i>X₆: People</i>	1. Kepribadian penduduk lokal	27. Penduduk lokal ramah	
		28. Penduduk lokal memiliki tata karma yang baik	
	2. Kompetensi penduduk	29. Penduduk lokal memiliki keterampilan yang mumpuni dalam mendukung pariwisata di daerahnya	
		30. Penduduk lokal memiliki pengetahuan yang baik akan objek-objek wisata di daerahnya	

Sumber: Simon Anholt (2007)

Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Y (Minat Berkunjung)

Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
<i>Y₁: Problem Recognition</i>	1. Kebutuhan	1. Saya butuh melakukan kunjungan wisata untuk menyegarkan pikiran	Likert (4)
		2. Saya menganggap bahwa kunjungan wisata dapat mengurangi stress	
	2. Peningkatan	3. Saya ingin melakukan kunjungan wisata ke daerah-daerah di Indonesia	

	Kepuasan	4. Saya penasaran dengan objek-objek wisata yang ada di Indonesia
Y ₂ : Information Gathering	1. <i>Trip Features</i>	5. Saya mencari tahu estimasi biaya yang diperlukan untuk berkunjung ke daerah tertentu
		6. Saya mencari tahu estimasi waktu tempuh yang diperlukan untuk berkunjung ke daerah tertentu
	2. <i>Destination Resources</i>	7. Saya mencari tahu fasilitas yang tersedia di daerah tertentu
		8. Saya mencari tahu tentang kondisi sosial di daerah tertentu
Y ₃ : Evaluation	1. Membandingkan	9. Saya lebih suka melakukan kunjungan wisata di Indonesia dibandingkan luar negeri
		10. Saya merasa objek wisata di Indonesia lebih beragam dibandingkan luar negeri
	2. Menilai	11. Menurut saya daerah-daerah di Indonesia layak dikunjungi
		12. Menurut saya biaya yang nantinya dikeluarkan akan sebanding dengan pengalaman berkunjung

Sumber: Victor T.C. Middleton, et al. (2009)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Dituliskan oleh Bungin (2013, p. 123) bahwa data merupakan keterangan atau fakta yang didapatkan oleh seorang peneliti di daerah penelitian mengenai suatu objek. Dalam penelitian ini terdapat dua jenis data, yakni data primer dan data sekunder.

3.5.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber data pertama di lokasi penelitian (Bungin, 2013, p. 129). Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data primer dengan menyebarkan kuesioner kepada responden sasaran. Kuesioner tersebut memiliki butir-butir pernyataan yang harus diisi oleh responden bersangkutan. Penyebaran kuesioner dilakukan guna mendapatkan informasi lengkap akan suatu masalah yang sedang peneliti teliti.

Menurut Bungin (2013, p. 130) di dalam penelitian kuantitatif terdapat beberapa metode pengumpulan data, salah satunya melalui metode angket yang biasa dikenal dengan kuesioner. Kuesioner merupakan serangkaian pertanyaan atau pernyataan yang tersusun secara sistematis, yang kemudian dikirim kepada responden untuk diisi dan dikembalikan kepada peneliti untuk selanjutnya diolah. Penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup yang berarti bahwa responden hanya perlu memilih jawaban yang dirasa paling sesuai dengan realitas yang mereka alami. Peneliti sendiri menyebarkan kuesioner kepada pengikut akun Instagram @pesonaid_travel dengan memanfaatkan fitur *Direct Message* (DM) yang terdapat di aplikasi Instagram.

3.5.2 Data Sekunder

Selain menggunakan data primer, penelitian ini juga memanfaatkan data sekunder sebagai sumber data. Data sekunder adalah data lain yang diperoleh dari sumber data kedua setelah data primer sesuai dengan kebutuhan penelitian (Bungin, 2013, p. 129). Data sekunder digunakan sebagai referensi dalam menyusun penelitian, di antaranya buku, jurnal ilmiah, skripsi, maupun artikel-artikel yang didapat secara *online*.

3.6 Teknik Pengukuran Data

Teknik pengukuran data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala Likert. Menurut Dawes (2008, p. 62), skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, evaluasi, atau pendapat individu terhadap suatu fenomena. Skala Likert merupakan skala yang paling umum digunakan dalam kuesioner dan paling banyak digunakan dalam survei. Dengan menggunakan skala Likert, variabel yang akan diukur dijabarkan dalam bentuk indikator variabel.

Jawaban yang ditawarkan dalam skala Likert berupa pilihan jawaban berjenjang yang memiliki gradasi dari sangat positif hingga sangat negatif. Rentang nilai jawaban dengan skala Likert pun ada bermacam-macam, di antaranya rentang 2-, 3-, 4-, 5-, dan 7-. (Dawes, 2008, p. 64-65). Pada penelitian ini, nilai skala Likert yang digunakan oleh peneliti berskala 4- dengan makna nilai 1 Sangat Tidak Setuju, nilai 2 Tidak Setuju, nilai 3 Setuju, dan nilai 4 Sangat Setuju.

3.6.1 Uji Validitas

Validitas berarti sejauh mana ketepatan atau keakuratan suatu tes dalam menjalankan fungsi ukurnya. Jika suatu instrumen melaksanakan fungsi ukurnya atau memberikan hasil yang sesuai dengan maksud dan tujuan dari pengukuran, dapat dikatakan bahwa tes tersebut memiliki validitas yang tinggi. Akan tetapi, jika suatu instrumen pengukur menghasilkan data yang tidak relevan dengan maksud dan tujuan pengukuran, maka tes tersebut memiliki validitas yang rendah (Azwar, 2012, p. 8).

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Semakin tinggi hasil validitasnya, maka semakin tinggi pula tingkat keabsahan penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus *Pearson Product Moment* untuk mengukur korelasi antara tiap pernyataan yang dibuat dengan skor total. Pengukuran tersebut dibantu dengan *software* SPSS versi 20. Adapun kriteria valid atau tidaknya suatu pernyataan menurut Ghozali (2012, p. 53) sebagai berikut:

1. Apabila $r^{\text{hitung}} > r^{\text{tabel}}$ maka dinyatakan valid
2. Apabila $r^{\text{hitung}} < r^{\text{tabel}}$ maka dinyatakan tidak valid

3.6.1.1 Uji Validitas *Pre-testing*

Pre-testing dilakukan guna mengetahui apakah butir pernyataan yang dibuat oleh peneliti valid atau layak untuk dijadikan instrumen pada penelitian ini. Jumlah responden dalam suatu *pre-testing* adalah sebanyak 10% - 15% dari jumlah sampel, apabila subjek penelitian berjumlah besar (Arikunto, 2006, p. 112). Responden dari kuesioner yang peneliti sebar untuk keperluan uji validitas *pre-testing* berhasil terkumpul sebanyak 44 orang atau 11% dari jumlah sampel minimal dari penelitian ini.

Pengujian validitas *pre-testing* mengacu pada kriteria yang penulis sebutkan di atas dan r tabel dilihat melalui tabel r *product moment*. Pada r tabel nilai untuk *degree of freedom* (df) = $N - 2$, di mana nilai N adalah jumlah responden peneliti sebanyak 44 yang dikurangi 2 menjadi 42. Berdasarkan tabel r *product moment*, nilai df 42 pada taraf signifikansi 0.05 adalah 0.297. Untuk mendapatkan hasil yang valid, maka nilai r hitung harus lebih besar dari 0.297. Berikut terlampir hasil uji validitas pada tabel 3.3:

Tabel 3.3 Uji Validitas *Pre-testing* Variabel *Nation Branding* (X)

Item	r hitung	r tabel	Sig.	Simpulan
Tourism				
NB1_1	0.631	0.297	0.000	Valid
NB1_2	0.494		0.001	Valid
NB1_3	0.670		0.000	Valid
NB1_4	0.533		0.000	Valid
NB1_5	0.648		0.000	Valid
NB1_6	0.751		0.000	Valid
NB1_7	0.680		0.000	Valid
NB1_8	0.626		0.000	Valid
NB1_9	0.553		0.000	Valid
NB1_10	0.453		0.000	Valid
Export Brand				
NB2_11	0.667	0.000	Valid	
NB2_12	0.763	0.000	Valid	
NB2_13	0.692	0.000	Valid	
NB2_14	0.534	0.000	Valid	
Governance				
NB3_15	0.712	0.000	Valid	
NB3_16	0.670	0.000	Valid	
NB3_17	0.613	0.000	Valid	
NB3_18	0.546	0.000	Valid	
Investment and Immigrations				
NB4_19	0.634	0.000	Valid	
NB4_20	0.504	0.000	Valid	
NB4_21	0.714	0.000	Valid	
NB4_22	0.581	0.000	Valid	
Culture and Heritage				
NB5_23	0.268	0.780	Tidak Valid	
NB5_24	0.570	0.000	Valid	
NB5_25	0.504	0.000	Valid	
NB5_26	0.582	0.000	Valid	
People				
NB6_27	0.849	0.000	Valid	
NB6_28	0.532	0.000	Valid	
NB6_29	0.656	0.000	Valid	
NB6_30	0.543	0.000	Valid	

Sumber: Data primer hasil olahan peneliti menggunakan SPSS versi 20

Melihat tabel hasil uji validitas *pre-testing* variabel *nation branding* di atas, terdapat satu butir pernyataan yang memiliki hasil *r* hitung lebih kecil daripada *r* tabel. Butir pernyataan terdapat pada dimensi *Culture and Heritage* dengan nilai *r* hitung sebesar 0.268. Maka dari itu, butir pernyataan yang tidak valid tersebut harus dihapuskan dari kuesioner:

Tabel 3.4 Uji Validitas *Pre-testing* Variabel Minat Berkunjung (Y)

Item	r hitung	r tabel	Sig.	Simpulan	
<i>Problem Recognition</i>					
MB1_1	0.538	0.297	0.000	Valid	
MB1_2	0.529		0.000	Valid	
MB1_3	0.788		0.000	Valid	
MB1_4	0.743		0.000	Valid	
<i>Information Gathering</i>					
MB2_5	0.627		0.000	Valid	
MB2_6	0.662		0.000	Valid	
MB2_7	0.626		0.000	Valid	
MB2_8	0.615		0.000	Valid	
<i>Evaluation</i>					
MB3_9	0.728		0.000	Valid	
MB3_10	0.805		0.000	Valid	
MB3_11	0.848	0.000	Valid		
MB3_12	0.688	0.000	Valid		

Sumber: Data primer hasil olahan peneliti menggunakan SPSS versi 20

Melihat tabel 3.5 hasil uji validitas *pre-testing* di atas, seluruh butir pernyataan untuk variabel minat berkunjung dinyatakan valid karena nilai *r* hitung lebih besar dari *r* tabel. Maka dari itu, keduabelas butir pernyataan tersebut dapat dipertahankan dalam kuesioner yang akan disebar kepada sampel penelitian.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas dapat dikatakan sebagai keterpercayaan, keandalan, atau konsistensi. Ide pokok dari reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya (Azwar, 2012, p. 7). Penelitian ini menggunakan uji reliabilitas *Cronbach Alpha* yang digunakan untuk mengukur reliabilitas konsistensi. Dengan melakukan uji ini, akan dilihat nilai *Cronbach Alpha* untuk reliabilitas keseluruhan butir pernyataan yang ada dalam satu variabel. Data berupa skala Likert diuji dengan menggunakan *Cronbach Alpha*.

Suatu variabel dianggap reliabel jika memiliki nilai koefisien *Cronbach Alpha* (α) lebih besar dari 0.7 (Ghozali, 2012, p. 48). Sebaliknya, variabel tersebut akan dikatakan tidak reliabel jika suatu variabel menghasilkan nilai yang kurang dari 0.7. Jadi, dasar pengambilan keputusan untuk reliabilitas adalah:

1. Jika *Cronbach Alpha* > 0.7 maka data reliabel
2. Jika *Cronbach Alpha* < 0.7 maka data tidak reliabel

3.6.2.1 Hasil Uji Reliabilitas *Pre-testing*

Tabel 3.5 Uji Reliabilitas *Pre-testing* Variabel *Nation Branding* (X)

	Sebelum Validitas	Sesudah Validitas
<i>N of Items</i>	30	29
<i>Cronbach Alpha</i>	.941	.942

Sumber: Hasil olahan peneliti menggunakan SPSS versi 20

Berdasarkan uji reliabilitas pada variabel *nation branding*, didapat hasil *Cronbach Alpha* sebesar 0.941 untuk 30 butir pernyataan. Akan tetapi, setelah satu butir pernyataan yang tidak valid dihapuskan, maka nilai reliabilitas berubah menjadi 0.942 untuk 29 butir pernyataan. Hasil uji reliabilitas pada tabel 3.5 di atas menunjukkan bahwa data reliabel karena memiliki nilai lebih besar dari 0.7. Sementara untuk hasil dari uji reliabilitas variabel minat berkunjung dapat dilihat pada tabel 3.6 berikut:

Tabel 3.6 Uji Reliabilitas *Pre-testing* Variabel Minat Berkunjung (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach Alpha	N of Items
.897	12

Sumber: Hasil olahan peneliti menggunakan SPSS versi 20

3.6.3 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang digunakan guna mengetahui distribusi dari variabel residual normal atau tidak. Hal ini berdasarkan pada asumsi dari uji t dan F yang menyebutkan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal dan jika asumsi itu dilanggar akan berdampak pada tidak validnya uji statistik untuk sampel dengan jumlah yang kecil. Uji normalitas dapat dilakukan dengan dua metode, yakni menggunakan analisis statistik *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* dan analisis grafik dengan *normal probability plot* (Ghozali, 2012, p. 160). Pada penelitian ini, uji normalitas yang peneliti gunakan adalah *normal probability plot* dengan kriteria bahwa data berdistribusi normal jika titik-titik yang ada mengikuti atau mendekati garis diagonal.

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah kegiatan yang dilakukan setelah data dari seluruh responden telah terkumpul. Saat melakukan analisis data, peneliti harus mengelompokkan data berdasarkan karakteristik responden, membuat tabulasi data berdasarkan variabel, menyajikan data dari setiap variabel penelitian, serta menghitung dan menguji hipotesis (Sugiyono, 2013, p. 147).

3.7.1 Uji Korelasi

Uji korelasi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan linear antara dua variabel (Ghozali, 2012, p. 96). Pada penelitian ini pengujian korelasi dilakukan dengan analisis *bivariate* yang bertujuan melihat hubungan variabel dependen dan independen. Kuat atau tidaknya hubungan tersebut didasarkan pada nilai koefisien korelasi yang menurut Bungin (2013, p. 211) memiliki kriteria seperti tertera pada tabel 3.7 berikut:

Tabel 3.7 Nilai Koefisien Korelasi

Nilai Koefisien Korelasi	Makna
+0.70 ke atas	Hubungan positif yang sangat kuat
+0.50 – +0.69	Hubungan positif yang mantap
+0.30 – +0.49	Hubungan positif yang sedang
+0.10 – +0.29	Hubungan positif yang rendah
+0.01 – +0.09	Hubungan positif yang tak berarti
0.00	Tidak ada hubungan
-0.01 – -0.09	Hubungan negatif yang tak berarti
-0.10 – -0.29	Hubungan negatif yang rendah
-0.30 – -0.49	Hubungan negatif yang sedang

-0.50 – -0.69	Hubungan negatif yang mantap
-0.70 – ke bawah	Hubungan negatif yang sangat kuat

Sumber: Bungin (2013, p. 211)

3.7.2 Uji Regresi

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji regresi linear sederhana. Uji regresi ini digunakan untuk mengukur pengaruh antara satu variabel prediktor terhadap variabel terikat (Wijayanto, 2008, p. 1). Penerapan uji regresi linear sederhana berlaku apabila hanya terdapat dua variabel, yakni variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Adapun rumus uji regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$y = a + bx$$

$$a = \frac{\sum y \sum x^2 - \sum x \sum (xy)}{N \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{N \sum (xy) - \sum x \sum y}{N \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

Keterangan:

X : Variabel bebas

Y : Variabel terikat

a : Konstanta (nilai Y apabila X = 0)

b : Koefisien Regresi (nilai peningkatan maupun penurunan)